

BAB IV

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Penemuan data di lapangan dan analisis oleh peneliti dapat ditarik kesimpulan bahwa, Pemerintah Daerah Kabupaten Gunungkidul dalam penataan iklan luar ruang yang berada di Gunungkidul menggunakan acuan pada Peraturan Daerah No 3 Tahun 2008 Tentang Ijin Penyelenggaraan Reklame dan juga Peraturan Daerah No 4 Tahun 2008 Tentang Pajak Reklame. Peraturan tersebut berisikan ketentuan-ketentuan yang harus diperhatikan oleh pengiklan. Peraturan tersebut kurang rinci dalam hal penempatan iklan luar ruang yang baik dan benar untuk ditempatkan di Gunungkidul yang tidak mengganggu kepentingan masyarakat, sehingga masih dibutuhkan peraturan yang rinci mengurus iklan luar ruang di Gunungkidul atau *masterplan* penataan iklan luar ruang. Mengenai penataan iklan luar ruang, Gunungkidul mempunyai beberapa instansi yang mengurus hal tersebut. Instansi-instansi terkait yang mengurus tentang penataan reklame, mulai dari ijin sampai pelaksanaan adalah:

1. Kantor Penyelenggara Pelayanan Terpadu Satu Pintu (KPPTSP)

Kantor Penyelenggara Pelayanan Terpadu Satu Pintu memiliki kewenangan mengenai pengurusan perijinan dalam pelaksanaan pemasangan reklame di Gunungkidul.

2. Dinas Pekerjaan Umum (DPU) dan Dinas Tata Kota

Dinas Pekerjaan Umum dan Dinas Tata Kota dalam hal ini memiliki tugas dan wewenang dari aspek pengolahan. Pengolahan yang dimaksud yaitu ketentuan teknis, tata cara pemasangan dan juga pemberian ijin tempat pemasangan reklame yang akan beriklan di Gunungkidul.

3. Badan Pengelola Keuangan dan Kekayaan Daerah (BPPKAD)

Badan Pengelola Keuangan dan Kekayaan Daerah memiliki tugas melaksanakan perumusan kebijakan dan melaksanakan pengelolaan pajak dari pendapatan lain-lain, dalam hal pengelolaan pajak reklame di Gunungkidul bidang yang terkait dalam instansi ini adalah Bidang Pendapatan.

4. Satuan Polisi Pamong Praja (Sat Pol PP)

Satuan Polisi Pamong Praja dalam hal penataan iklan luar ruang memiliki tugas dan wewenang dari aspek pendataan dan evaluasi. Pendataan dan evaluasi yang dimaksudkan adalah pengamatan langsung di lapangan mengenai implementasi penempatan reklame, apakah reklame tersebut sesuai dengan ijin yang telah dilaksanakan oleh pengiklan baik dari jumlah dan juga waktu sewa yang telah dibayar atau tidak.

Aspek-aspek yang diperhatikan oleh Pemerintah Daerah dalam peraturan penataan iklan luar ruang di Gunungkidul yaitu reklame tidak boleh mengganggu ketertiban umum, keamanan, kesusilaan, kesehatan, kenyamanan, keindahan, dan kepentingan pembangunan. Hal lain yang diperhatikan oleh Pemerintah Daerah Gunungkidul dalam penataan iklan luar ruang yaitu berdasarkan pada tata letak, pola dan dimensi, jenis iklan, jumlah iklan, bahasa yang digunakan, dan juga

struktur rangka iklan luar ruang. Implementasi yang dilakukan oleh Pemerintah Daerah Gunungkidul dalam hal ini masih belum sesuai dengan peraturan yang sudah ditetapkan, selain itu Pemerintah Daerah Gunungkidul belum mempunyai *masterplan* untuk penataan iklan luar ruang. Implementasi di lapangan masih didapati bermacam-macam pelanggaran seperti: banyaknya reklame melekat dan juga reklame kain yang tidak berijin, penempatan yang asal-asalan, jenis iklan luar ruang yang bermacam-macam dalam satu titik, ukuran iklan luar ruang yang belum diseragamkan dan juga belum adanya ukuran standar yang dipunyai oleh Pemerintah Daerah Gunungkidul mengenai konstruksi reklame yang tidak membahayakan pihak lain.

B. Saran

Berdasarkan pada pembahasan dan kesimpulan di atas, maka penulis dapat memberikan saran kepada :

- a. Pemerintah Daerah Kabupaten Gunungkidul, untuk:
 1. Segera menyelesaikan *masterplan* reklame yang saat ini sedang dibuat. *Masterplan* reklame sangat dibutuhkan dalam hal penataan iklan luar ruang yang berada di Gunungkidul, dengan adanya *masterplan* tersebut Pemerintah Daerah dengan mudah mengatur dan juga menata iklan luar ruang karena acuan yang digunakan sudah tepat. Hal-hal yang harus diperhatikan lagi dalam pembuatan *masterplan* reklame adalah mengenai jumlah iklan luar ruang dalam satu titik, jenis reklame dalam

satu titik, ukuran dan pola yang tepat dengan ciri khas Gunungkidul dan juga yang tidak mengganggu kepentingan publik, lokasi yang diperbolehkan untuk pemasangan reklame, dan juga konstruksi reklame yang tidak membahayakan publik. Jika itu semua diperhatikan dalam *masterplan* yang dibuat oleh Pemerintah Daerah Gunungkidul maka iklan luar ruang tersebut akan mempercantik kota Gunungkidul dan juga dapat memberikan pemasukan Daerah berupa pajak.

2. Banyaknya iklan luar ruang berjenis kain dan juga melekat yang tidak menaati peraturan yang sudah berlaku dikarenakan kurangnya tempat untuk beriklan yang diberikan oleh Pemerintah Daerah, dengan begitu banyak sekali reklame kain dan juga reklame melekat yang ditempatkan hanya asal-asalan oleh pengiklan. Pemerintah Daerah sudah memberikan tempat beriklan khususnya untuk reklame kain, tetapi dengan bertumbuhnya industri periklanan seharusnya Pemerintah lebih memberikan fasilitas atau tempat untuk beriklan. Tempat tersebut dapat membantu dalam hal penataan iklan luar ruang yang terdapat di Gunungkidul, karena iklan luar ruang akan lebih tertata dengan rapi lagi.
3. Banyaknya instansi di Gunungkidul yang mengurus reklame atau iklan luar ruang menurut peneliti kurang efektif, karena jika terjadi kesalahan dalam implementasi di lapangan nanti

hanya akan saling lempar kesalahan. Hal tersebut juga diakui oleh beberapa instansi di Gunungkidul bahwa instansi yang mengurus iklan luar ruang terlalu banyak. Akan lebih efisien lagi jika *masterplan* reklame sudah selesai, untuk pengurusan izin kemudian pajak dan penempatan hanya di Kantor Penyelenggara Pelayanan Terpadu Satu Pintu kemudian Satpol PP mempunyai tugas dan wewenang dalam penyimpangan yang berada di lapangan.

b. Masyarakat dan Pengiklan

1. Lebih bersikap kritis terhadap iklan luar ruang yang tidak memperhatikan keselamatan dan juga keindahan.
2. Pengiklan harus lebih mematuhi peraturan yang sudah dikeluarkan dan juga ditetapkan oleh Pemerintah Daerah Gunungkidul mengenai penataan iklan luar ruang.

DAFTAR PUSTAKA

Buku :

- Dewan Periklanan Indonesia. 2005. *Etika Periklanan Indonesia: Tata Krama dan Tata Cara Periklanan Indonesia*. Jakarta
- Fill, Chris. 1995. *Marketing Communication Fromwork, Theories and Application*. London: Pentice Hall.
- Gitosudarmo, Indriyo. 1994. *Manajemen Pemasaran (Edisi Pertama)*. Yogyakarta: BPEE.
- Jeffkin Frank, *Periklanan*, Jakarta : Erlangga, 1996
- Johanessen, Richard L. 1990, *Etika Komunikasi*, Bandung. PT. Remaja Rosdakarya
- Kasali, Rhenald. 1992. *Manajemen Periklanan: Konsep dan Aplikasinya di Indonesia*. Jakarta. PT. Pustaka Utama Grafiti
- Kotler, Philip. 1997. *Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Kontrol*. Jakarta. Prehalindo
- Liliweri, Alo. 1992. *Dasar-Dasar Komunikasi Periklanan*. Bandung. PT. Citra Aditya Bakti.
- Lwin, May & Jim Aitchison. 2005. *Clueless In Marketing Communication*, Jakarta: PT. Nhuana Ilmu Populer Kelompok Gramedia.
- Mangun Kenneth G. dan Fred E., *Do-It-Yourself Avertising & Promotion Beriklan dan Berpromosi Sendiri*, Edisi Kedua, Jakarta: Grasindo, 1999
- Moekijat. 1995. *Asas-Asas Etika*. Bandung. CV. Mandar Maju.

Moleong, J. Lexy.1998. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung. Remaja Rosdakarya.

Nasution Az, *Hukum Perlindungan Konsumen Suatu Pengantar*. Jakarta. Diadit Media, 2006

Nuke Mayasaphira, *Meraup Uang Dari Media Luar Ruang*, Majalah Pengusaha - Peluang Usaha dan Solusinya, 2009

Soetiadji, Setyo.1986. *Anatomi Estetika*. Jakarta. Penerbit Djambatan

Supriyanto Sugeng Aresta, *Meraih Untung dari Spanduk hingga Billboard*, Pustaka Grhatama, 2008

Skripsi :

Deddy Ermawan. 2007, *Sikap Terhadap Etika dan Estetika Iklan Luar Ruang di Jalan Malioboro (Studi Deskriptif Kualitatif Tentang Sikap Persatuan Perusahaan Periklanan Indonesia (PPPI) Pengda DI Yogyakarta dan Komunitas Peduli Ruang Publik Kota (KRUPUK) Terhadap Iklan Luar Ruang di Jalan Malioboro)*. Universitas Atma Jaya Yogyakarta

Peraturan Daerah dan Undang - Undang :

Peraturan Bupati Gunungkidul Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Perhitungan Nilai Sewa Reklame

Peraturan Bupati Gunungkidul Nomor 193 Tahun 2008 Tentang Uraian Tugas DPPKAD

Peraturan Daerah Kabupaten Gunungkidul Nomor 3 Tahun 2008 Tentang Ijin Penyelenggaraan Reklame

Peraturan Daerah Kabupaten Gunungkidul Nomor 4 Tahun 2008 Tentang Pajak Reklame

Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen

Website :

www.bernas.co.id, *reklame tidak berijin di gunungkidul digaruk*, 23 September 2010

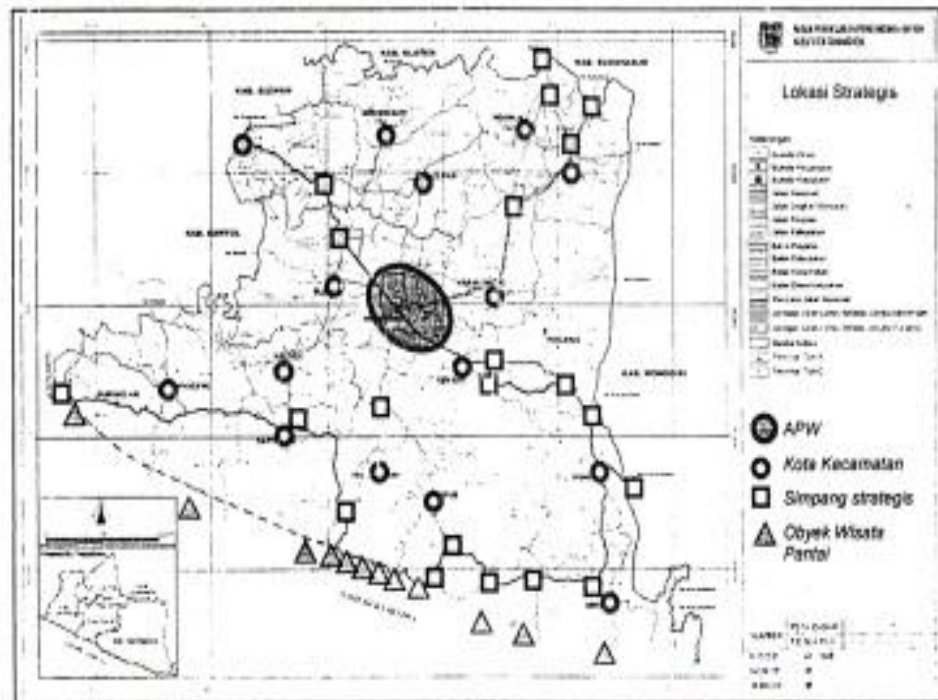
www.kapanlagi.com, *Pertumbuhan bisnis iklan luar ruang di Indonesia*, 6 April 2010



KELOMPOK JALAN

EXECUTIVE SUMMARY

Lokasi-lokasi strategis bagi pemasangan reklame di Kabupaten Gunungkidul, dapat digambarkan dalam peta berikut:



Gb. 4.3 Lokasi Strategis Pemasangan Reklame di Kabupaten Gunungkidul

4.2.4 Klasifikasi Wilayah Perencanaan Reklame

Pembagian klasifikasi wilayah perencanaan reklame dimaksudkan untuk menentukan pengelolaan dan penyelenggaraan yang berkaitan dengan penentuan tarif sewa dan pajak reklame.

- 1) Kawasan Peruntukan Reklame : **Klasifikasi A**
- 2) Kawasan Terbatas Reklame : **Klasifikasi B**
- 3) Kawasan Putih (terlarang reklame) : **Klasifikasi C**

a. Klasifikasi A (Kawasan Peruntukan Reklame)

1) Klasifikasi I

Merupakan **koridor jalan utama (jalan-protokol) di Kabupaten Gunungkidul**, baik yang berada di dalam Kota Wonosari maupun yang mempunyai akses regional (jalan luar kota).

Yang termasuk klasifikasi I adalah meliputi: Jalan Lingkar (*ringroad*) Kota Wonosari, Jalan Wonosari-Jogja, Jalan H. Agus Salim, Jalan Brigjen. Katamso, Jalan MGR. Suglyopranoto dan Jalan Baron (sampai

EXECUTIVE SUMMARY

2) Klasifikasi II

Merupakan titik-titik di sekitar persimpangan jalan di Kabupaten Gunungkidul, yang terbagi menjadi:

a) Klasifikasi II – a

Titik-titik di sekitar persimpangan utama di Kota Wonosari.
Contoh: Simpang Balerejo, Simpang Jeruk

b) Klasifikasi II – b

Titik-titik di sekitar persimpangan di wilayah kota kecamatan selain Kota Wonosari, termasuk juga pasar dan terminal di kota kecamatan tersebut.

c) Klasifikasi II – c

Titik-titik di sekitar persimpangan jalan strategis selain Kota Wonosari dan kota-kota kecamatan; meliputi lokasi industri dan obyek pariwisata, baik wisata alam maupun wisata budaya.
Contoh : simpang Tanjungsari, simpang Bedoyo, Simpang Pantai Kukup, Baron, dst.

3) Klasifikasi III

Merupakan koridor jalan dengan kegiatan utama perdagangan dan jasa, termasuk pasar dan terminal di Kota Wonosari.

a) Klasifikasi III – a

Koridor jalan dengan kegiatan perdagangan dan jasa intensitas tinggi (penggunaan koridor jalan sebagai fungsi perdagangan dan jasa >80% dari panjang jalan). Contoh: Jalan Sumarwi, area Pasar Argosari, area Terminal (terminal lama dan baru)

b) Klasifikasi III – b

Koridor jalan dengan kegiatan perdagangan dan jasa intensitas sedang (penggunaan koridor jalan sebagai fungsi perdagangan dan jasa sebanyak 30% – 80% dari panjang jalan).
Contoh: Jalan Pemuda, Jalan Pramuka, Jalan Kol. Sugiyono, Jalan Taman Bakti, Jalan Veteran, Jalan Kasatriyan dan Jalan Raya Karangmojo.

4) Klasifikasi IV

Meliputi semua ruas jalan lingkungan dan persimpangannya di seluruh wilayah Kabupaten Gunungkidul, yang tidak termasuk klasifikasi I-III.

Selanjutnya, Klasifikasi di atas dapat dilihat pada diagram sbb:



LAMPIRAN 2

UNDANG-UNDANG PERLINDUNGAN KONSUMEN

Az. Nasution, SH

mengiklankan penawaran barang dan/atau jasa secara tidak benar atau menyesatkan dan seterusnya (Pasal 10), mengiklankan barang dan/atau jasa dengan harga khusus atau memberikan hadiah dan seterusnya dengan maksud untuk tidak memenuhinya (Pasal 12 dan Pasal 13). Sedang perilaku periklanan yang lengkap diatur dalam Pasal 17, yang bunyinya adalah sebagai berikut:

- (1) Pelaku usaha periklanan dilarang memproduksi iklan yang:
 - a. Mengelabui konsumen mengenai kualitas, kuantitas, bahan, kegunaan dan harga barang dan/atau tarif jasa serta ketepatan waktu penerimaan barang dan/atau jasa.
 - b. Mengelabui jaminan/garansi terhadap barang dan/atau jasa.
 - c. Memuat informasi yang keliru, salah, atau tidak tepat mengenai barang dan/atau jasa.
 - d. Tidak memuat informasi mengenai resiko pemakaian barang dan/atau jasa.
 - e. Mengeksploitasi kejadian dan/atau seseorang tanpa seizin yang berwenang atau persetujuan yang bersangkutan.
 - f. Melanggar etika dan/atau ketentuan peraturan perundang-undangan mengenai periklanan.

- (2) Pelaku usaha periklanan dilarang melanjutkan peredaran iklan yang telah melanggar ketentuan pada Ayat (1).

Selanjutnya, berkaitan dengan tanggung jawab pelaku usaha periklanan ini diatur dalam Pasal 20, sebagai berikut:

Pelaku usaha periklanan bertanggung jawab atas iklan yang diproduksi dan segala akibat yang ditimbulkan oleh iklan tersebut.



LAMPIRAN 3



LAMPIRAN 4

KEWAJIBAN-KEWAJIBAN YANG HARUS DIPENUHI PENGIKLAN



PEMERINTAH KABUPATEN GUNUNGKIDUL DINAS PEKERJAAN UMUM

Alamat: Jl. Brigjen Katamsa No.2 Wonosari Telp. (0274) 391005. Fax 391375

PERSYARATAN ADMINISTRASI DAN TEKNIS PEMASANGAN REKLAME / IKLAN

Nomor : 503 / 284 / PU / 2005

1. Pemohon mengisi formulir yang telah disediakan di kantor Dinas Pekerjaan Umum Kabupaten Gunungkidul.
2. Formulir yang telah diisi lengkap tersebut, diserahkan ke Kantor Dinas Pekerjaan Umum Kabupaten Gunungkidul dengan dilampiri gambar situasi tempat reklame yang akan dipasang.
3. Papan reklame diperlihatkan ke Dinas Pekerjaan Umum Kabupaten Gunungkidul untuk dibubuhi tanda bukti bila telah memenuhi syarat-syarat yang telah ditentukan.
4. Tidak mengganggu, tidak memperjelek dan atau menurunkan kualitas lingkungan.
5. Pemasangan reklame/iklan tidak mengganggu lalu-lintas, pandangan lalu-lintas, aliran air (air hujan), cahaya atau bangunan lain yang telah ada.
6. Tidak ada keberatan yang diajukan oleh Pihak lain atau masyarakat dan dibenarkan oleh DPU Kabupaten Gunungkidul.
7. Pemasangannya hanya berlaku sesuai waktu yang diberikan pada izinnya.
8. Apabila telah habis masa berlakunya maka papan reklame/iklan tersebut harus segera dicabut dan tempat sekitarnya harus dibersihkan seperti semula.
9. Apabila tidak segera dicabut setelah masa berlakunya habis, maka pencabutan akan dilakukan oleh DPU Kab. Gunungkidul dengan ketentuan segala biaya ditanggung oleh pemilik dan bila dalam waktu 3 (tiga) bulan setelah masa pencabutan tidak ada uang pengganti biaya pencabutan dari pemilik reklame, maka barang iklan / reklame tersebut menjadi milik Pemda Gunungkidul.
10. Bahasa yang digunakan tidak mengandung unsur provokasi SARA, tidak bersifat pornografi, tidak melanggar etika moral dan adat istiadat setempat, serta tidak melanggar ketertiban umum.
11. Posisi pemasangan khusus untuk papan reklame *Billboard/Baliho/Bando* dengan ketentuan : Reklame yang ditempatkan di atas permukaan jalan, maka tinggi tiang dari permukaan jalan minimum 5 m dan jarak pondasi tiang reklame dari tepi bahu jalan bagian luar minimum 0,6 m.
12. Dilakukan peninjauan ke lokasi antara pemohon dengan petugas dari Seksi Bangunan Dinas Pekerjaan Umum Kabupaten Gunungkidul, ke tempat reklame yang akan dipasang.
13. Apabila lokasi pemasangan diperlukan untuk kepentingan umum/Pemerintah Daerah, seperti pelebaran jalan, drainase dan lainnya, pemilik bersedia memindahkan lokasi pemasangan reklame/iklan ke tempat lainnya yang memenuhi persyaratan yang telah ditentukan.
14. Setelah dilakukan pembayaran pajak reklame, diterbitkan Izin Pemasangan Reklame.

Wonosari,

KEPALA

2007

TUNGGUL PRIYONO,SH
NIP. 490026521





LAMPIRAN 6

